

《广告设计》

图书基本信息

书名：《广告设计》

13位ISBN编号：9787532246670

10位ISBN编号：7532246671

出版时间：2006-7

出版社：上海人民美术出版社

作者：张晓飞

页数：136

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《广告设计》

内容概要

《中国高等院校艺术设计专业系列教材·广告设计》是一部关于广告设计的专业教材,全书共分五章,除了对广告设计基本内容和元素进行阐述外,还注重训练学生的视觉思维能力,帮助学生掌握基本的形式要素、视觉形象和表现策略。其次,以现代传播理论和广告学原理为基础,综合运用市场学、营销学、心理学等学科的知识,特别强调了广告设计中的广告创意,对市场调研、广告心理、广告定位等广告市场营销的有关内容也进行了充分阐述,虽篇幅不多,但可以使学生学习这门课程,培养创新意识、树立市场观念,提高学生在广告设计中的创新思维和实践应用能力。

《广告设计》

书籍目录

序第一章 广告设计概论 第一节 广告的定义和功能 第二节 广告的构成因素第二章 广告的发展历史 第一节 中国广告的发展历史 第二节 世界广告的发展历史 第三节 现代平面广告设计风格及演变 第四节 当代平面设计状况及发展第三章 广告设计的视觉语言 第一节 图形语言 第二节 色彩设计 第三节 文字设计 第四节 版式设计第四章 广告设计的创意 第一节 广告市场的调查与分析 第二节 广告心理学 第三节 广告定位 第四节 创意表现第五章 广告的主要媒介及特点 第一节 报纸广告 第二节 杂志广告 第三节 电视广告 第四节 广播广告 第五节 户外广告 第六节 售卖点 (POP) 广告 第七节 直邮 (DH) 广告 第八节 招贴广告参考书目

精彩短评

- 1、广告史部分精简到位，不错
- 2、2009.03学校图书馆借阅。
- 3、真的很好看噫~~~~~

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com